

## **2007: UN ANNO DI ATTIVITA' AL SERVIZIO DEI TURISTI E DI CHI FA TURISMO**

### **QUADRO SINTETICO**

Il STL del Genovesato nasce il 24 luglio del 2006 con la partecipazione di **70** soci (40 di parte pubblica e 30 di parte privata) e un capitale sociale di € 20.000,00

Oggi i soci sono **85** (hanno fatto il loro ingresso 15 nuovi soggetti privati) e si prevede a breve l'ingresso di un altro socio pubblico. Il capitale sociale nel 2007 è stato aumentato a € 20.500,00, per il 2008 è già previsto un ulteriore aumento effettivo a € 21.000,00.

Il budget di funzionamento per il 2007 ammonta a € 143.500,00, al quale vanno aggiunti la quota di avvio, destinata ma non ancora erogata dalla Regione Liguria, pari a 128 mila euro e il budget destinato alla gestione delle funzioni di informazione, accoglienza e promozione turistica delegate dal Comune di Genova, pari a 480 mila euro.

### **ATTIVITA' PROPRIE**

#### **L'attività progettuale**

Dall'inizio dell'attività il STL ha predisposto e realizzato:

- il Piano di Sviluppo Turistico del territorio di competenza (con valenza triennale) utile al riconoscimento da parte della Regione e soprattutto alla pianificazione delle attività necessarie per lo sviluppo del settore turistico nell'ambito del Genovesato, indicata nelle linee strategiche, parte integrante del piano stesso;
- il Progetto quadro, che costituisce la cornice entro la quale collocare i primi interventi da effettuare sul territorio in base alle priorità e alla fattibilità nel breve periodo già definite nelle linee strategiche;
- tavoli di concertazione e confronto sulle opportunità e le sfide del territorio, in particolare con costa ed entroterra, che ha portato alla definizione della progettazione di dettaglio;
- 40 progetti specifici che si inseriscono in maniera armonica nelle tre sezioni che compongono il Progetto quadro (Costa/Mare, Città, Monti), realizzati con modalità operative bottom-up basate sull'ascolto del territorio, sul lavoro di gruppo e sulla progettazione concertata e condivisa attuata attraverso l'avvio di specifici gruppi di lavoro;
- partecipazione a bandi e manifestazioni di interesse per il PSR;

- organizzazione gruppo di lavoro sulla definizione dei parametri per la realizzazione delle due brochures promozionali su Genova da distribuire negli uffici IAT.

## Le iniziative

Il STL ha altresì curato la realizzazione di alcune iniziative tese a consolidare il rapporto di interscambio tra i soggetti che operano nel STL integrando le diverse aree del territorio di competenza:

- itinerari di visita ai presepi in città e nell'entroterra e relativa promozione (Natale 2006);
- inserimento dei principali eventi di tutto il territorio nelle pubblicazioni quadrimestrali distribuite nei punti informativi gestiti dal STL;
- organizzazione di una giornata di informazione sulle potenzialità e sullo sviluppo del STL;
- partecipazione e sostegno all'avvio dell'iniziativa a rischio di impresa di ITINERA per l'attivazione di visite guidate per individuali (italiano/inglese) con possibilità di prenotazione presso gli hotel;
- partnership per l'organizzazione del convegno Donne e Turismo all'interno della BTO di Genova;
- organizzazione visite guidate ai Rolli e nell'entroterra e relativa promozione nell'ambito della brochure curata dal STL sugli eventi del periodo natalizio presenti su tutto il territorio.

Il STL ha inoltre curato le attività legate all'immagine e alla comunicazione:

- definizione e registrazione del logo realizzato da Pierluigi Cerri che costituisce un ponte e uno sviluppo rispetto al passato poiché utilizza come base il logo di GeNova 2004, ideato dallo stesso Cerri, insieme alla dicitura "Genova Turismo";
- attivazione e implementazione del sito del STL, con aggiornamento periodico degli articoli, degli eventi e dei contenuti. Il sito costituisce un'occasione di dialogo e reciproca conoscenza per tutti i soci e per il territorio, grazie ad un costante scambio di informazioni che vanno dalla segnalazione di eventi al suggerimento di argomenti per gli articoli; fornisce inoltre un periodico aggiornamento sui flussi turistici nel STL (sulla base dei dati raccolti dalla Provincia) ed è uno strumento di promozione e conoscenza del territorio per i turisti.

## Questioni aperte

Rimangono aperte alcune questioni legate in particolare all'erogazione della quota di start up da parte della Regione e alla definizione ufficiale dei fondi per i progetti destinati dalla Regione a ciascun STL.

## ATTIVITA' DELEGATE

Con deliberazione n. 181 del 28/02/2007, non rinnovata per il 2008, il STL del Genovesato ha ricevuto dal Comune di Genova la delega per la gestione del servizio di accoglienza e informazione turistica (IAT) .

Il passaggio di gestione dall'APT al STL non è stato facile, ma gli sforzi fatti hanno sortito risultati interessanti. I punti "ereditati " dal consorzio STL erano tre: Aeroporto, Principe e Stazioni Marittime e gli interventi necessari per implementare e migliorare il servizio erano molti.

il STL si è dunque attivato per il conseguimento dei seguenti obiettivi:

- Migliorare l'aspetto e l'attrezzatura dei punti informativi: si è dunque provveduto ad una ritinteggiatura delle pareti, all'acquisto di alcuni nuovi arredi che arriveranno al più presto e saranno installati insieme alle nuove attrezzature informatiche.
- Creare un marchio riconoscibile (logo Genova Turismo)
- Fornire supporto al Comune (II metà 2006 – I metà 2007) per il piano di implementazione del servizio di accoglienza.
- Monitorare costantemente il flusso dei turisti, come strumento di pianificazione: attraverso una serie di report mensili sono stati elaborati i seguenti risultati:
  - a) Il flusso dei turisti che hanno usufruito dei servizi di informazione è cresciuto dall'inizio dell'attività (aprile-dicembre) del 21% presso il punto dell'Aeroporto del 6,6% presso l'ufficio di Principe
  - b) Il totale degli utenti ( il cui flusso è stato costantemente e accuratamente monitorato), ha superato in soli 9 mesi le 176.000 unità
  - c) percentuale di clienti stranieri pari al 67% circa.
- Formare il personale. Gli incontri e i seminari tenuti al personale hanno dato frutto: il personale ha infatti brillantemente passato l'esame di un'indagine svolta dal Touring Club fra diversi servizi informazioni di città italiane e straniere, ottenendo un ottimo punteggio per la rapidità delle risposte e un buon punteggio per cortesia e professionalità.
- Organizzare un efficiente servizio di distribuzione materiale a tutti gli hotels e b&b cittadini: il servizio è stato gestito dal personale back office che ha anche provveduto all'acquisto di display che saranno prossimamente distribuiti a tutte le strutture ricettive, per l'esposizione del materiale promozionale
- Produrre nuovo materiale informativo più aggiornato, come le 2 nuove guide tascabili pubblicate in 5 lingue, una con impostazione più classica e l'altra dedicata specificatamente ai più giovani; entrambe targettizzate sul city breakers

- Diventare un punto di riferimento per tutti i soggetti, T.O., Agenzie, Giornalisti che cercassero supporto sul territorio cittadino:
  - a) è stato possibile fornire materiale informativo sulla città a 52 meeting e congressi
  - b) collaborare con 77 tour operator,
  - c) fornire informazioni e supporto a 59 gruppi organizzati da agenzie
  - d) organizzare un educational per agenti di viaggio tedeschi
  - e) ha collaborato con 9 case editrici italiane e straniere per la pubblicazione di guide turistiche e con 5 troupe televisive che hanno realizzato altrettanti documentari.
  
- Operare per l'integrazione dei servizi di informazione e di commercializzazione dell'offerta turistica: tale processo che aveva già visto alcuni accordi con l'Aeroporto per l'attivazione di un punto di offerta integrata di servizi. Resta dunque ancora aperto questo tema, che è di fondamentale importanza per una destinazione che non solo vuole "promuoversi", ma vuole "anche farsi acquistare", e la cui clientela è sempre più composta da turisti individuali. Ovviamente il STL si candida per lo svolgimento di tale funzione in coordinamento con gli uffici comunali competenti per l'informazione e l'accoglienza.

In conclusione il STL ha gestito con costanza e tenacia un servizio che tutti, pubblici e privati, ritengono colonna portante del turismo, biglietto da visita essenziale per una città che desidera presentarsi come destinazione turistica in Italia e all'estero.

La presidenza del Consiglio di Amministrazione del STL del Genovesato